

Christian Baumgartner

Nachhaltige Tourismus Entwicklung. Erfahrungen aus ländlich-alpinen Regionen

Autoreninformation: Prof. Dr. Christian Baumgartner, Landschaftsökologe, ist Professor für Nachhaltigen Tourismus an der Fachhochschule Graubünden (FHGR) in der Schweiz und leitet die Beratungsfirma response & ability.

christian.baumgartner@fhgr.ch

1 Tourismus im globalen Überblick

Der Tourismus hat sich nach dem zweiten Weltkrieg wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig rasant entwickelt; zwischen 1950 und 1970 stieg die Zahl der weltweiten internationalen Touristenankünfte von 25 auf 116 Millionen an. 2019 wurden mehr als 1500 Millionen registriert (UNWTO, 2019), wovon knapp die Hälfte auf Europa entfiel. Der Anteil des Alten Kontinents und der Alpen ist zuletzt deutlich gefallen, jener der Entwicklungs- und Schwellenländer kontinuierlich gestiegen. (UNWTO, 2017)

Was aber bedeutet dieses Wachstum für das Potenzial des Tourismus, zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen, also ökonomischen, ökologischen und sozialen Ansprüchen gerecht zu werden? Zunächst erweist sich der Sektor weltweit als Motor wirtschaftlicher Entwicklung. Jeder ausgegebene Dollar generiert 3,2 Dollar Wertschöpfung. Dieser Wert wird von wenigen anderen Branchen erreicht oder übertroffen, zum Beispiel der chemischen oder der Automobilindustrie. Im Vergleich zu diesen Branchen hat der Tourismus aber eine deutlich höhere Beschäftigungswirkung. (WTTC, 2012)

Der Tourismus hat gerade in ärmeren Weltregionen eine enorme volkswirtschaftliche Bedeutung. In den Industrieländern macht er 2 bis 10 Prozent des Bruttoinlandsprodukts aus, in Entwicklungsländern nicht selten 25 oder mehr Prozent. (UNCTAD, 2010; GIZ 2015). Vor diesem Hintergrund gewinnt Tourismus in der globalen Politik an Bedeutung. Die Vereinten Nationen riefen 2017 zum ‚Internationalen Jahr für Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung‘ (IY2017) aus. In der

UN-Agenda 2030 und den Zielen für eine Nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) wird er mehrmals ausdrücklich erwähnt.

Dennoch ist die Position des Tourismus in der globalen Nachhaltigkeitsagenda ambivalent und geht über seine volkswirtschaftliche Bedeutung hinaus: so sind seine ökologischen und sozialen Kosten mit dem Anspruch der Nachhaltigkeit unvereinbar. Dabei ist nicht nur an das exponentielle Wachstum der flugverkehrsbedingten CO₂-Emissionen gemeint, sondern auch, dass Tourismus in vielen Ländern räumlich und zeitlich zu konzentriert ist (Stichwort Overtourism) und der lokalen Bevölkerung einen zu geringen Nutzen bringt.

Damit verbunden sind oftmals verbesserungsbedürftige Arbeitsbedingungen und ein unzureichender kultureller Austausch zwischen Einheimischen und Gästen. In Schwellen- und Entwicklungsländern kommt hinzu, dass große Anteile der touristischen Ausgaben in die Industrieländer zurückfließen und die Dominanz des Sektors ein „Klumpenrisiko“ (das ist eine kumulative Häufung von Ausfallrisiken) darstellt. Die Corona-Krise führt Letzteres drastisch vor Augen.

In den Alpen galt der Tourismus „als Fremdenverkehr“ vor dem Hintergrund der modernisierten Erdöl-, Kohle-, Eisen- oder Stahl gestützten Industrieproduktion – bis Mitte der 1960er Jahre als ‚weiße Industrie‘, d.h. als ‚saubere‘ Dienstleistungswirtschaft. Die negativen Auswirkungen durch den aufkommenden Massentourismus, der u.a. in unregelmäßigem Ausbau von ‚Bettenburgen‘ und einhergehenden Umweltzerstörungen an sensiblen Küstenstreifen und Berggebieten stattfand, wurde bereits in den 1970er Jahren heftig kritisiert. Der 2003 verstorbene Schweizer Jost Krippendorf gilt mit seinem Beitrag ‚Die Landschaftsfresser‘ im Jahr 1975 als einer der ersten Kritiker dieser Tourismusform. (Baumgartner, 2019)

Allerdings sind auch Ansätze für einen nachhaltigen Wandel unverkennbar. Die Nachfrage nach umwelt- und sozialverträglichen Angeboten steigt. Allerdings ist fraglich, ob dieser Wandel schnell und kräftig genug vonstattengeht, damit die SDGs erreicht werden. (Baumgartner, Gertschen, 2020)

2 Eine kurze Geschichte des Tourismus in den Alpen

2.1 DIE Alpen gibt es nicht

Auch wenn wir gerne von ‚den Alpen‘ oder dem ‚alpinen Raum‘ sprechen und die politischen Rahmensetzungen der Alpenkonvention oder der EUSALP (European strategy for the Alpine Space) eine gemeinsame Identität der Älpler jenseits aller politischen, kulturellen und sprachlichen Grenzen beschwören: DIE Alpen gibt es

maximal als Bergkette, die acht Länder miteinander verbindet, jedoch nicht als Raum mit einer gemeinsamen Geschichte oder Entwicklung.

Ein einfacher Blick auf die Bevölkerungsentwicklung der Gemeinden des Alpenraums zeigt die große Heterogenität in der Entwicklung (Abb. 1)

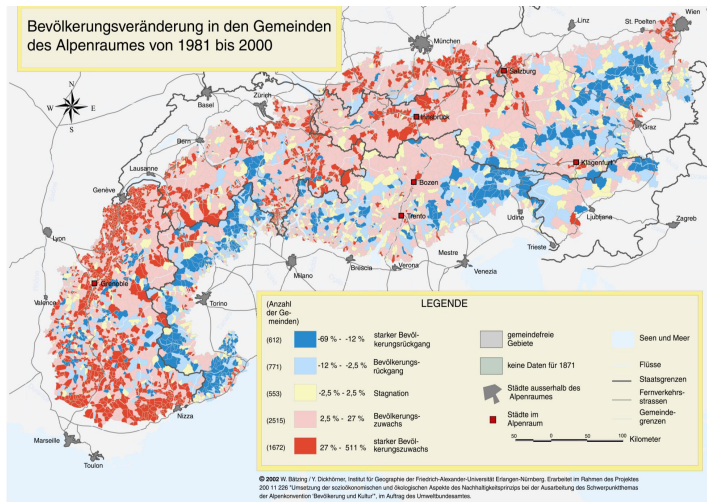


Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung der Gemeinden des Alpenraums von 1981 bis 2000. (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2015)

2.2 Entdeckung der Alpen¹

Die erste bekundete Besteigung eines Berges wird Petrarca zugeschrieben, der 1336 ‚ohne ersichtlichen Grund‘ den Mont Ventoux erstieg. Spätere literarische Bezeugungen stellten die natürliche Schönheit der Berge und die auffallende Natur in den Mittelpunkt. Mit der Industrialisierung und dem Biedermeier als Gegenbewegung erfolgte in bürgerlichen Kreisen eine Hinwendung zur Natur.

Die ‚touristische‘ Nutzung der Alpen begann in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zuerst in den Westalpen – insbesondere in der Schweiz, wo vor allem englische Bergsteiger unter der Begleitung von einheimischen Führern die Gipfel erstiegen. Die damalige Bezeichnung der Westalpen als ‚playground of Europe‘ ist ein Hinweis auf die starke englische Vorherrschaft unter den Reisenden.

Die Ostalpen waren um diese Zeit größtenteils touristisches Niemandsland. Tirol galt als Armenhaus Europas und war Ausgangspunkt saisonaler Migration. Tourismus fand bis gegen Ende des 19. Jh. in erster Linie in den großen bekannten Kurorten statt: Bad Ischl (wo Kaiser Franz Josef I Urlaub machte), Payerbach-

¹ Die Kapitel 2.2 bis 2.5 lehnen sich an Meyer-Cech, Stuppäck, 2007 an.

Reichenau (für „Sommerfrischler“ der imperialen Hauptstadt Wien) und Bad Gastein – als Ort bekannter Heilquellen inmitten der Alpen (Pils, 1994).

Der Zugang zu den Alpen stellte sich als schwierig heraus – es galt die Berge zu ‚entdecken‘ und durch Erstbesteigungen zu ‚erobern‘ (z.B. Mont Blanc 1786, Großglockner als höchster Berg der Ostalpen 1800). Die Erschließung der Ostalpen fand weniger durch britische Bergsteiger statt, die sich inzwischen verstärkt dem Kaukasus zuwandten als durch Deutsche und Österreicher. Die verbesserten Verkehrsbedingungen wie der zunehmende Bau von Bahnen erleichterte den Transport in die Alpen und liess die Zahl der Bergsteiger schnell ansteigen, die sich zunehmend in alpinen Verbänden organisierten (Amstädter, 1996).

2.3 Belle Epoque - Grand Hotels und Sommerfrische

Für die Entstehung eines touristischen Zentrums war ein Eisenbahnanschluss eine zentrale Voraussetzung. Die Expansions- und Erschließungsphase der Alpen von 1880 bis 1914 (Ausbruch des Ersten Weltkrieges) war geprägt vom Bau von Schmalspur-, Standseil- und Zahnradbahnen. 1896 richtete die k.u.k. Monarchie ein Eisenbahnministerium ein, zu dessen Aufgaben "grundsätzliche Maßnahmen zur Hebung des Fremdenverkehrs" gehörten (Lichtenberger, 1997, S. 184).

Diese Epoche, die sogenannte ‚Belle Epoque‘, war geprägt von einer touristischen Klientel aus Adligen und wohlhabenden BürgerInnen und Industriellen, die im Urlaub einen höfischen Lebensstil genießen wollten. In dieser Zeit entstanden im Anschluss an Bahnstationen v.a. an den Ufern der Alpenrandseen und in hochgelegenen Talschlüssen große, luxuriöse ‚Grand-Hotels‘ oder ‚Palast-Hotels‘ mit 200-300 Zimmern. Die Wertschöpfung war auf Grund langer Aufenthaltszeiten von mehreren Wochen bis hin zu zwei oder drei Monaten hoch. Ein Beispiel für den Tourismus dieser Zeit ist der Semmering mit seinen Palasthotels und wunderbaren Aussichtslagen zu Schneeberg und Rax, der vor dem Ersten Weltkrieg die Oberschichten von Wien und Budapest anzog.

Sehr beliebt war die sogenannte „Sommerfrische“ – ein längerer Aufenthalt im ländlichen Raum, der meist den gesamten Sommer andauerte. Ganze Haushalte wurden für eine Saison in die Kur- und Heilorte verlegt – neben den großen Hotels entstanden Villenlandschaften. In einige Orte zog während des Sommers städtisches Flair ein.

Mit dem Zerfall der österreichischen Monarchie kam auch der Zusammenbruch der Gesellschaftsordnung von Hof und Adel und Tourismusorte, die auf diese ausgerichtet waren, verloren ihre Klientel. Der Belle-Epoque-Tourismus brach in der Zwischenkriegszeit zusammen und es entstanden neue Tourismusstrukturen. Nun

reiste auch die Mittelschicht und der Alpinismus breitete den Kreis auf die Arbeiterschaft aus. Das Palast-Hotel wurde durch kleine Hotels, Privatzimmer und Ferienwohnungen abgelöst. War bisher in den Ostalpen der Sommertourismus vorherrschend, so entwickelte sich seit Ende der 1920er Jahre nun auch ein Wintertourismus.

2.4 Berginfrastruktur: Hütten- und Wegeausbau

Abgesehen von der Erschließung der Alpen durch die Bahn von den Talräumen aus, fand eine Nutzbarmachung der Alpen durch alpine Vereine statt. Der bereits 1862 gegründete Österreichische Alpenverein, der damit der erste alpine Verein auf europäischem Festland ist arbeitete zusammen mit dem Deutschen Alpenverein an der Erschließung dieses neuen Bereichs. Zu Beginn seiner Tätigkeit hatte der ÖAV in erster Linie wissenschaftliche Zielsetzungen. Zunehmend entstand jedoch der Wunsch nach „praktischen Tätigkeiten“, womit insbesondere ein Beitrag zur Erleichterung des Reisens in die Berge gemeint war.

Die dazu notwendigen organisatorischen Voraussetzungen wurden durch die Gründung des Deutschen Alpenvereins (DAV, 1869) und durch dessen Vereinigung mit dem ÖAV im Jahr 1874 unter dem Namen Deutsch Österreichischer Alpenverein (DÖAV) gegeben. Der Höhepunkt des Hüttenbaus liegt in den Jahren vor dem 1. Weltkrieg. Zwischen 1869 und 1908 entstanden über 200 Berghütten des DÖAV. (Kramer, 1983, S. 34ff.)

2.5 Von den Anfängen zum Massentourismus

In Österreich kam es bereits vor dem 2. Weltkrieg zu einem Einbruch des alpinen Tourismus, mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten in Deutschland trat am 1. Juni 1933 die Tausend-Mark-Sperre in Kraft. Deutsche Staatsbürger hatten bei der Einreise nach Österreich 1000 Mark zu zahlen – eine Summe die eine Einreise nach Österreich für die meisten Deutschen unmöglich machte. Zielsetzung war die Schwächung der österreichischen Wirtschaft und der Sturz der austrofaschistischen Regierung unter Bundeskanzler Dollfuß.

Mit dem wirtschaftlichen (Wieder-)Aufschwung in den westlichen Industrienationen ging es auch mit dem Tourismus steil bergauf. Die ‚alpine Goldgräberzeit‘ (Bätzing 2003, S. 145) zwischen 1955 und 1985 führte zur Ausbildung eines intensiven Tourismus, zuerst im Sommer, etwas zeitversetzt, dann aber umso stärker, auch im Winter. Dieser „Massentourismus“ erreichte in den 80ern und 90ern vielerorts seine ökologischen Belastungsgrenzen, dann nach 2000 auch seine sozialen, was zum Begriff Overtourism führte.

Während der Sommertourismus in dieser Phase zuerst noch traditionell geprägt war - mit Bergwandern, leichten Spaziergängen, hoher Wertschätzung der bäuerlichen Kulturlandschaft und der sozialen Kontakte mit den Einheimischen - war der Wintertourismus hingegen von Anfang an "modern" (Bätzing 2003, S. 146): statt passiver Bewunderung der Landschaft trat aktives Körpererlebnis, statt des Kontakts mit dem Gastgeber das Kennenlernen ständig neuer fremder Menschen mit gleichem Lebensstil auf der Piste, in der Bar, in der Disko. "Auf diese Weise wird die 'schöne Landschaft' nur noch zur Kulisse, und die Alpen werden zum Sportgerät, das der Erzeugung körperlicher Sensationen dient." (Bätzing 2003, S. 146)

2.6 Der neue alpine Boom der 2000er Jahre

Um die Jahrtausendwende beginnt eine Phase der Neuerschließungen in den Alpen. Unter dem beginnenden Einfluss des Klimawandels werden große und spektakuläre Neuerschließungen gefördert, um die Alpen gegenüber anderen touristischen Destinationen konkurrenzfähig zu erhalten.

Dachte in den 1970ern ein Bürgermeister, der einen Berg hatte, über ein Skigebiet nach, so begann Anfang der 2000er Jahr die hochalpine Sommerinfrastruktur zu boomen. Viele klassische Winterdestinationen investierten in Aussichtsplattformen – mit oder ohne Glasboden – und riesige Hängebrücken und provozierten einen Wettlauf um „Höher, Weiter, Spektakulärer“.

Als besonderes Beispiel mag Ischgl im Tiroler Paznauntal dienen. Aktuell durch die Corona Pandemie in den europäischen Schlagzeilen, machte es in den letzten 20 Jahren immer wieder von sich sprechen, wenn der Hotelier und frühere Vorstand des Tourismusverbands Günther Aloys neue Ideen generierte. Mal war es eine Steintreppe mit 6666 Stufen auf den Lattenkopf als „greifbare Kommunikation mit jedermanns Innerstem“ und „unverzichtbaren Ich-Erlebnis“ (Aloys, o.D.), dann die Downhill-Bubbles als Lösung für schneearme Winter und tief gelegene Skigebiete oder ein 150 Meter hohes gläsernes Gipfelkreuz mit Turbolift. (Aloys, o.D.).

Die aktuelle Entwicklung im Alpenraum setzt – zumindest bis Februar 2020 – auf den Hoffungsmarkt China. Derzeit besuchten 1 Million Chinesen pro Jahr Österreich. Deren Aufenthaltsdauer ist sehr kurz – nur 1,4 Nächte im Vergleich zum sonstigen Durchschnitt von 3,4 Nächten – und soll durch die Menge wett gemacht werden: Die Österreich Werbung kündigte 2019 an, bis zum Jahr 2025 doppelt so viele Chinesen begrüßen zu wollen. Aber nicht nur Gäste kommen aus dem Reich der Mitte in die Alpen, auch Investoren lassen sich nieder. Ein kleines österreichisches Skigebiet wurde bereits aufgekauft, im Sommer 2016 wurde bekannt, dass sich chinesische Investoren nicht nur für schweizerisches Wasserkraftwerke, sondern auch für große französische Skigebiete interessieren. (Bätzing, 2017)

3 Status Quo des Alpentourismus – zwischen Regionalentwicklung und Overtourism

In einer Bergregion wie den Alpen stellt die Verfügbarkeit von Land, das sich für den Bau von Unterkünften und anderen Siedlungselementen eignet, eine kritische Einschränkung für die mögliche Entwicklung von Einrichtungen für den Tourismus - wie auch für andere wirtschaftliche Aktivitäten - dar.

Dies hat zur Entwicklung des Konzepts der Definition des potentiell besiedelbaren Gebiets (Potentially settleable area, PSA) geführt. Dieses Gebiet befindet sich hauptsächlich entlang von Tallagen und an sanften Hängen. Abb. 2 zeigt deutlich den Unterschied zwischen den großen Flusstälern und den Tälern der Nebenflüsse. Gemeinden in weiten Teilen der Alpen haben weniger als 10 % ihrer Fläche als PSA und können mit dem unwegsamen Gelände in höheren Lagen verglichen werden. Nur sehr wenige Landesgrenzen sind klar erkennbar; eine Ausnahme bildet diejenige zwischen Kärnten (Österreich) und Slowenien entlang der Drau (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2014).

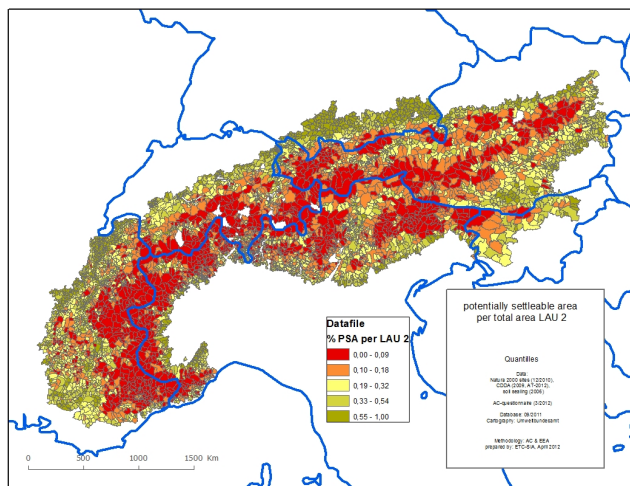


Abb 2. Potentiell besiedelbare Gebiete der Alpen. (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2014)

Die Analyse der Bevölkerungsdichte im Alpengebiet auf LAU-2-Ebene (Abb. 3) zeigt, dass höhere Bevölkerungskonzentrationen im Verhältnis zum Gemeindegebiet hauptsächlich in perialpinen Gebieten zu finden sind (z.B. im Flachland des italienischen Vorgebirges, an der französischen Côte d'Azur und der Haute-Savoie, entlang der schweizerischen Voralpen, in Oberbayern, in der Umgebung von Wien und in den slowenischen Tälern, die die wichtigsten Verkehrskorridore beherbergen) und in weiten Talböden wie denen der Flüsse Etsch, Rhone (Wallis), Alpenrhein, Adda (unteres Veltlin), Inn, Drau und obere Save (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2014).

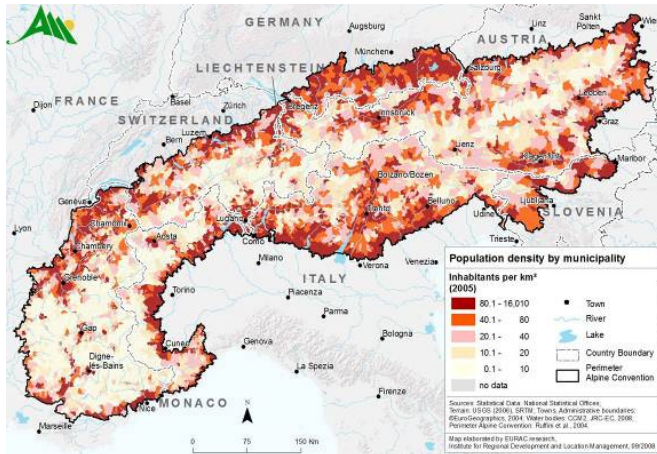


Abb 3. Bevölkerungsdichte der Alpengemeinden. (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2015)

Im Gegensatz zu den Gemeinden in den größten Alpentälern und in perialpinen Gebieten liegt die Mehrheit der Gemeinden mit geringer Bevölkerungsdichte in schwer zugänglichen Gebieten. Diese Gebiete befinden sich insbesondere in der Nähe des zentralen Gebirgskamms und sind weiter von den Ballungsgebieten der Ebenen entfernt.

Für den Tourismus entscheidend scheint unter anderem die einfache, ist gleich schnelle Erreichbarkeit der Urlaubsgebiete, meist eher peripheren Regionen, von den regionalen Zentren, in denen die höherrangigen Bahnstationen zu finden sind. Voll (2012) zeigt allerdings auf, dass in den Alpen ein Mosaik unterschiedlicher Raumentwicklungen in Abhängigkeit von Erreichbarkeiten existiert (vgl. Abb. 4 und 5).

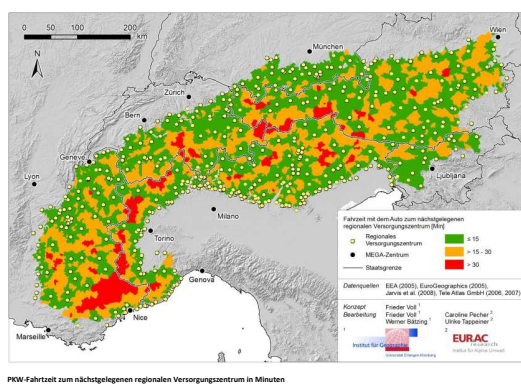


Abb 4. Erreichbarkeit regionaler Versorgungszentren. (Voll, 2012)

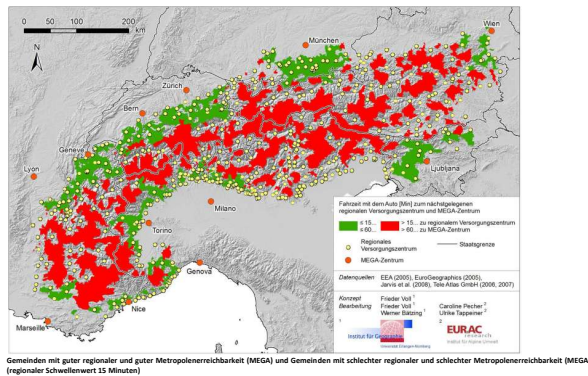


Abb 5. Gemeinden mit gutem bzw. schlechten regionalen und großstädtischen Zugang (Voll, 2012)

„Auf allen Untersuchungsebenen konnte nachgewiesen werden, dass es keinen einfachen Zusammenhang zwischen Erreichbarkeit und Regionalentwicklung gibt. Insgesamt sagen die auf dem Indikator der Erreichbarkeit identifizierten Regionen zunächst nicht automatisch etwas über ihre aktuelle regionalwirtschaftliche Prosperität aus.“ (Voll, 2012). Gute Erreichbarkeit zieht also nicht immer automatisch eine positive Entwicklung der Gemeinden nach sich. Somit stellt genau der Tourismus eine wichtige Entwicklungschance in peripheren Gebieten dar.

Die schlechte Erreichbarkeit vieler peripherer Destinationen mit öffentlichen Verkehrsmitteln resultiert in einem hohen Nutzungsgrad des eigenen Autos zur Urlaubsreise (Abb. 6).

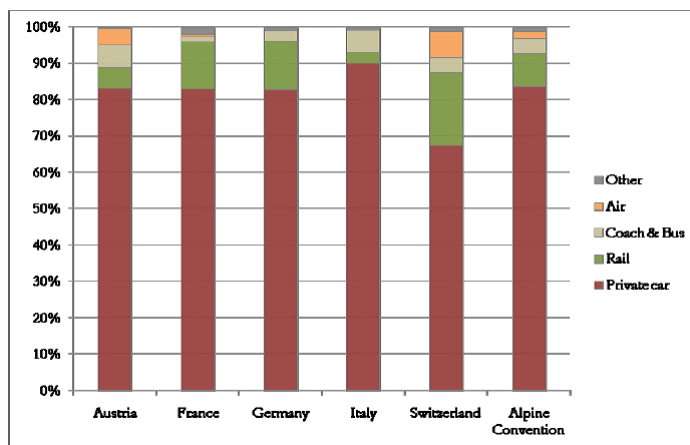


Abb 6. Modal Split bei der Urlaubsreise in die Alpenländer (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2014)

In den Alpenländern wie AT, FR, DE, IT und CH, entfallen heute 40 % der Fahrten und 60 % der Personenkilometer auf den Tourismus- und Freizeitverkehr, gegenüber 30 % der Personenkilometer in den 1960er Jahren. In allen Alpenländern nut-

zen im Durchschnitt etwa 84 % der Touristen das Auto für die Anreise zu den Reisezielen: 90 % in IT, etwa 83 % in AT, FR und DE und 67 % in CH. Der prozentuale Anteil der Bahnreisen zum Reiseziel beträgt etwa 9 % (im Durchschnitt aller Länder), mit dem positiven Beispiel der knapp 20 % in der Schweiz.

Tatsächlich spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle in der alpinen Wirtschaft, aber auch diese ist deutlich heterogener, als man zumeist annimmt (Abb. 7). Die Alpen beherbergen etwa 10-12 % der weltweiten touristischen Übernachtungen (WWF Italien, 2006, APAT, 2007) werden in den Alpen getätigt, was einer Schätzung von 464 Millionen Übernachtungen entspricht (BAKBASEL 2011, S. 42), allerdings ist dieser Anteil rückgängig. 95 Millionen Touristen mit Langzeitaufenthalt und 60 Millionen Tagestouristen besuchen jedes Jahr die Alpen (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2007).

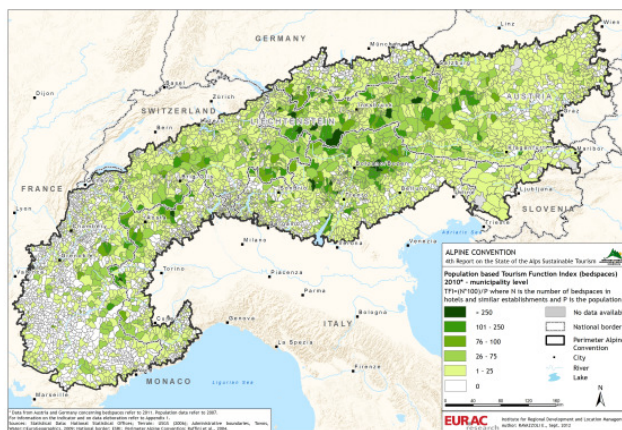


Abb 7. Tourismusintensität: Betten in Hotels und ähnlichen Einrichtungen pro Einwohner (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2014)

BAKBASEL (2011, S. 4) schätzt 2010 die Zahl der Betten auf 7,3 Millionen. Darunter fallen Betten in Zweitwohnungen (nicht-kommerzielle Betten), Hotels und Parahotellerie. Was den durch den Tourismus generierten Arbeitsmarkt betrifft, so liegt der Anteil der Arbeitsplätze im Hotel- und Gaststättengewerbe der Alpen bei mindestens 7 % (BAKBASEL 2011, S. 40). Die OECD (2007, S. 18) schätzt, dass der Tourismus 10-12 % des alpinen Arbeitsmarktes ausmacht, andere Studien sprechen von 15 %, wobei sowohl direkt als auch indirekt mit dem Tourismus verbundene Arbeitsplätze eingeschlossen sind (BAKBASEL 2011, S.40).

Gleichzeitig basiert aber nur die Wirtschaft von 10 % der Gemeinden, die 8 % der Alpenbevölkerung ausmachen, auf dem Tourismus, 46 % der Betten sind in 5 % der Gemeinden konzentriert (Price et al, 2011, S. 8). 37 % der Alpengemeinden verfügen über gar keine Touristenbetten (Tappeiner et al. 2008, in Price et al 2011, S. 8).

Ein weiteres Vorurteil betrifft die Bedeutung des Tourismus als Arbeitgeber (Abb. 8). Die oft generalisierende Aussage, dass der Tourismus die alpinen Tal-schaften am Leben erhält, stimmt so nicht.

Proportion of employment in hotels and restaurants

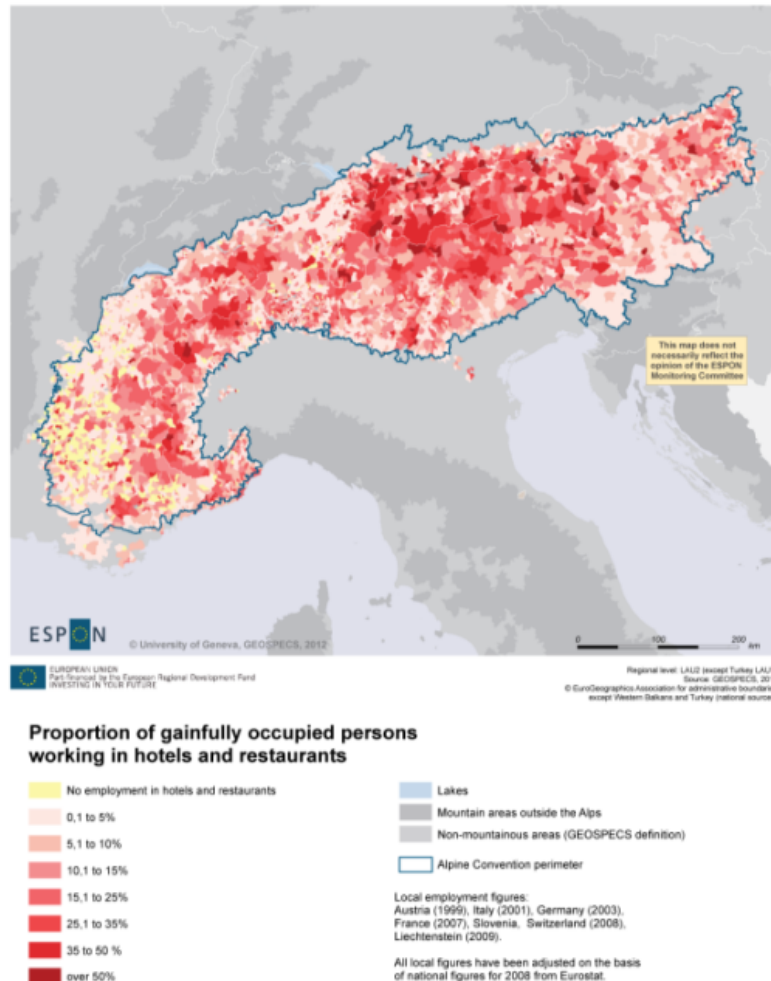


Abb 8. Beschäftigungsanteil im Hotel- und Gaststättengewerbe, Regionale Ebene, LAU2 (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2014)

Eine Untersuchung des Autors (Abb. 9) hat ergeben, dass in den intensiven Tourismusgemeinden Österreichs die Abwanderung sehr hoch ist. Auffallend ist dabei, dass es gerade in den Wintersport-Hochburgen Ischgl, St. Anton und Lech der Rückgang zwischen 16 und 25 % liegt. Eine der Ursachen dafür ist darin zu vermuten, dass die geschaffenen Arbeitsplätze nicht auf lokale Nachfrage stoßen. Somit kommen zwar laufend Saisoniers in die Regionen, aber die durch den Tourismus (mit)verursachte Teuerung in den Grundstückspreisen wie den Lebenskosten drängt viele junge Menschen zum Aussiedeln.

Gemeinde	Winter 2015/16	Sommer 2016	Insgesamt Sommer und Winter	Veränderung des Bevölkerungsstands 2006-2016
Sölden	2.041.603	483.230	2.524.833	-6,2%
Saalach-Hinterglemm	1.567.091	707.148	2.274.239	-2,0%
Mittelberg	816.240	867.379	1.683.619	-2,0%
Schladming	973.308	662.146	1.635.454	stagniert
Zell am See	778.376	780.228	1.558.604	-1,4%
Mavrhofen	878.276	618.054	1.496.330	stagniert
Ischgl	1.342.874	126.318	1.469.192	-25,7%
Neustift im Stubaital	794.228	502.576	1.296.804	4,8%
Serfaus	761.393	439.317	1.200.710	-4,1%
Sankt Anton am Arlberg	1.005.690	181.887	1.187.577	-16,3%
Flachau	840.405	342.327	1.182.732	6,4%
Hermagor-Presegg See	583.100	590.376	1.173.476	-4,3%
Bad Gastein	631.744	502.917	1.134.661	-16,4%
Bad Hofgastein	593.385	474.755	1.068.140	stagniert
Tux	662.821	343.130	1.005.951	stagniert
Lech	849.200	156.046	1.005.246	-19,5%
Kaprun	568.437	431.059	999.496	7,5%
Fiss	632.848	365.536	998.384	-2,7%
Obertauern	956.170			-2,3%
Wagrain	597.192	321.339	918.531	1,8%

Abb 9. Bevölkerungsentwicklung 2006-2016 in den 20 nächtigungsstärksten Gemeinden Österreichs (Städte ausgenommen) (Eigene Darstellung, basierend auf Daten von Statistik Austria)

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der Tourismus zwar einen bedeutenden Beitrag zur Wirtschaft des Alpenraums leistet - etwa 50 Milliarden Euro jährlich (OECD, 2007), es aber große regionale und lokale Unterschiede gibt. Aus diesem Grund ist der Blick weg von aggregierten Daten hin auf die Gemeindeebene wichtig.

4 Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltige Tourismusentwicklung

Neben zahlreichen kleineren und mittleren lassen sich sechs große Herausforderungen für einen Nachhaltigen Tourismus definieren.

4.1 Mobilität

Tourismus ist unmittelbar mit Mobilität verbunden. Touristische Mobilität ist der einzige Bereich, in dem die CO₂-Emissionen weiterhin (stark) im Steigen begriffen sind. Prognosen nach wird 2065 der Tourismus alleine für sämtliche CO₂-

Emissionen, die wir am Weg zum 2 Grad Ziel verursachen dürfen, verantwortlich sein (Gössling, Peters, 2015). Natürlich wird dabei der Löwenanteil durch Urlaubsflüge verursacht, aber auch der Autoverkehr hat seinen Beitrag.

Eine Urlaubsreise hat immer zwei Aspekte der Mobilität: Die Reise in das Zielgebiet und die Bewegungen am Urlaubsort. Mehr Emissionen können durch eine Anreise mit Zug und Bus vermieden werden, dennoch müssen die Destinationen auch für gute regionale Mobilität sorgen, um die Urlauber zum Umsteigen zu motivieren.

4.2 Klimawandel

Der Tourismus ist ein wesentlicher Mitverursacher des Klimawandels, zählt aber zugleich zu den Wirtschaftszweigen, die unmittelbar mit dessen Auswirkungen konfrontiert sind. Wie es weitergeht hängt zum Großteil vom politischen Ernstnehmen des Klimawandels ab. Zumindest drei Szenarien sind aktuell möglich.

Ein Weiter-wie-bisher-Szenario, in dem halbherzige und zu späte Maßnahmen zur Eindämmung des Klimawandels gesetzt werden, würde zu einer Erwärmung der Atmosphäre um vier bis fünf Grad Celsius führen. Permafrostböden würden auftauern, starke Bergrutschungen wären die Folge. Das Bergsteigen als Tourismusform wäre beeinträchtigt. Hotels müssten durchgehend mit Klimaanlage ausgestattet werden und der Energieverbrauch würde weiter erhöht werden. Der Alpentourismus könnte aber auch teilweise zum Nutznießer der Erwärmung werden, da mehr Menschen aus den Hitzesommern der Städte in die Berge fliehen würden. Zugleich wäre mit noch mehr Gästen aus sehr heißen Gebieten zu rechnen, etwa dem arabischen Raum. Wasserfälle und Bergflüsse könnten so neue Angebotsrahmen schaffen.

Für die Alpen ist aber auch ein verschärftes Szenario mit einer Erhöhung der Durchschnittstemperaturen auf sechs Grad und mehr möglich. Die zu zögerliche Klimapolitik, die weitere rapide Zunahme von Flug- und Schiffsreisen sowie generell die Zunahme der Menschen, die sich mehr Konsum leisten können, sind plausible Gründe dafür. Mögliche Auswirkungen dieses Szenarios sind die Verlagerung des Städtetourismus auf Frühling und Herbst, das Austrocknen bzw. das Kippen der Wasserqualität flacher Seen, der Rückgang des Rad- und Wandertourismus aufgrund zu hoher Hitze sowie die Verlagerung des Seminar- und Konferenztourismus aus den überhitzten Städten in die Berge. Dies würde einen massiven Infrastrukturausbau in den Alpen mit den entsprechenden landschaftsökologischen Problemen mit sich bringen.

Das dritte Szenario heißt: „Das Ruder herumreißen“. Es würde verstärkte Klimaschutzmaßnahmen erfordern, um den Temperaturanstieg auf maximal zwei Grad zu begrenzen, so wie es die Staaten der Welt beim UNO-Klimagipfel 2015 in Paris zugesagt haben. Der Städtetourismus könnte seine Attraktivität bewahren, falls die Städte grüner werden und das Element Wasser mehr in die Städte geholt wird. Der Alpentourismus würde wichtig bleiben, sich jedoch verändern. Neben einem zurückgehenden und sich weiter vertuernden Skitourismus würden andere Aktivitäten stärker betont werden. Etwa die Inszenierung der Alpen durch Sommer-Infrastruktur wie Aussichtsplattformen. Hängebrücken und ähnlichen brächte ebenfalls neue Belastungen des Naturraums.

4.3 Nachhaltige Nahrungsmittel

Nachhaltiger Nahrungsmittelkonsum ist ein weites Thema, es lässt sich in die folgenden Kriterien einteilen:

- **Wirtschaftlich:** Eine nachhaltige Nahrungsmittelpolitik muss so ressourceneffizient wie möglich sein. Darüber hinaus muss der wirtschaftliche Nutzen für die lokale Gemeinschaft berücksichtigt werden.
- **Ökologisch:** Entscheidende ökologische Aspekte sind Biodiversität (z.B. Schutz gefährdeter Arten), Umweltschutz (z.B. der CO₂-Fussabdruck), Tierschutz und umweltschonende Produktionsmethoden. Der Anteil lokaler, saisonaler und biologischer Lebensmittel sollte erhöht werden.
- **Gesellschaftlich:** Aus gesellschaftlicher Sicht muss eine nachhaltige Lebensmittelpolitik integrativ sein und auch kleine, lokale Produzenten und Lieferanten ermutigen, sich um Ausschreibungen zu bewerben. Zusätzlich müssen faire Arbeitsbedingungen für alle Beteiligten gelten.
- **Gesundheit:** Der Anteil frischer, gesunder und sicherer Lebensmittel von hoher Qualität, die den Gästen mehr Freude bereiten, muss erhöht werden.
- **Kulturell:** Die Beschaffung authentischer Lebensmittel muss im Einkaufsprozess berücksichtigt werden. Sie trägt dazu bei, lokale Lebensmittelkulturen zu schützen und traditionelle Produzenten zu unterstützen.

Eine Untersuchung von Futouris (2016) hat gezeigt, dass etwa 20-60 % aller im Hotel- und Gaststättengewerbe gekauften Lebensmittel verschwendet werden, was nicht zuletzt auch einen beträchtlichen Kostenfaktor ausmacht.

Notwendige Maßnahmen zur Verringerung des Food Wasts im Tourismus sind vielfältig und reichen von Ausbildungen der Köche und Köchinnen auch die ‚minderen‘ Teile von Pflanzen und Tieren zu verwenden, über kleinere Teller am Buffet bis hin zu Gebühren für vom Buffet genommenes und zurückgeschicktes Essen, wie das ein Schweizer Hotel versuchsweise eingeführt hat. (Dosch, 2020)

4.4 Overtourismus

Der naturbezogene Massentourismus der 80er Jahre ist zum bewohnerbezogenen Overtourismus des 21. Jahrhunderts geworden und hat nach den größeren Städten (Venedig, Barcelona, Dubrovnik, ...) auch inneralpine Kleinstädte und Hot Spots erreicht. Salzburg (Österreich) hat in der Innenstadt etwa 2.100 EinwohnerInnen und bis zu 7,5 Mio jährliche BesucherInnen. Hallstatt (Österreich) hat ganze 780 EinwohnerInnen und wird täglich von bis zu 8000 BesucherInnen hauptsächlich foto-grafiert. Bis zu 20.000 Busse pro Jahr überfordern die lokalen Parkmöglichkeiten.

Laut einer Studie des World Travel Monitor (2018) sind 25 Prozent der Befragten der Meinung, dass ihre Reisedestination überfüllt war – und neun Prozent beklagten, dass ihr Urlaubserlebnis dadurch beeinträchtigt war. Der Schweizer Tourismus-experte Christian Lässer sagt angesichts von 12.000 chinesischen Touristinnen die auf Einladung ihrer Firma gleichzeitig Luzern besuchen „Es droht die Gefahr, dass wir nur noch zu einem touristischen Rohstofflieferanten in Sachen Natur und Kultur statt zu einem Veredler dieser Ressourcen werden“ (NZZ, 2019).

Auch hier sind Maßnahmen vielfältig und können zeitliche und räumliche Entzerrungen umfassen, partizipative Entwicklungsplanung gemeinsam mit der betroffenen Bevölkerung oder auch schlicht Obergrenzen oder temporäre Sperren, wie sie nun in Hallstatt versuchsweise für 2020 geplant waren.

4.5 Arbeitsbedingungen

Der politische Nachhaltigkeitsdiskurs im Tourismus spart die Frage nach der Qualität der Arbeitsplätze weitgehend aus. Dabei sind im Tourismus Gastfreundschaft und Arbeitszufriedenheit gut ausgebildeter MitarbeiterInnen von entscheidender Bedeutung. Die Situation kann nicht so rosig sein, wenn immer mehr traditionelle Tourismusregionen wie das Salzkammergut in Österreich laut eigener Aussagen „keine jungen Leute aus der Region finden, die im Gastgewerbe arbeiten wollen.“ Das Resultat ist eine immer größere Anzahl an Saisoniers meist aus nord-östlichen Nachbarländern – die dann wiederum das authentische Erlebnis der Gäste zumindest verschieben. Der jährlich von Arbeiterkammer und Gewerkschaft veröffentlichte Arbeitszufriedenheitsindex attestiert dem Tourismus regelmäßig schlechtere Ergebnisse als anderen Branchen.

Es gibt auch positive Beispiele: Ein Kärntner Hotelier etwa setzt auf der Turrach vorbildliche Maßnahmen im Mitarbeitermanagement um – und zwar durchaus auch aus wirtschaftlichem Eigeninteresse. Vor Jahren wurde er von Kollegen für geschäftsunfähig erklärt, weil er seine MitarbeiterInnen jährlich für ein paar Tage zur Konkurrenz auf Urlaub schickte. Tatsächlich entstanden – neben einer hohen Moti-

vation – aus diesem Rollenwechsel eine Fülle an Vorschlägen, wie die Prozesse im eigenen Betrieb verbessert werden konnten. Heute ist der Betrieb einer der wenigen, der seinem Personal einen eigenen Teil der Website widmet auf dem sich u.a. eine Philosophie des Umgangs mit MitarbeiterInnen findet und der eine eigene Mitarbeiter-Akademie zur in-house Weiterbildung aufgebaut hat. Das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen bringt geringe Krankenstände, hohen Wiederkommensrate bei saisonal Angestellten mit sich und färbt auch positiv auf die Gäste ab. Das besagte Hotel hat ein Auslastungsrate von über 90 %.

4.6 Barrierefreiheit

Barrierefreiheit ist vielfältig und betrifft nicht nur Menschen im Rollstuhl, an die meist zuerst gedacht wird. Ältere Menschen sind eine Zielgruppe mit stark steigender Bedeutung, so liegt beispielsweise der Anteil der Menschen über 65 Jahren in der Schweiz bei knapp 20 % und wird bis ins Jahr 2035 voraussichtlich auf 35 % wachsen, also zwischen 3 und 4 Millionen Menschen beinhalten. Eine von fünf Personen ist in der Schweiz auf Barrierefreiheit angewiesen (Hotelleriesuisse 2018).

Neben den Mobilitätsbarrieren sind es visuelle und auditive Barrieren, aber auch psychische und kognitive Behinderungen die im Tourismus Beachtung finden müssen. Nicht nur bauliche Maßnahmen sind relevant, sondern auch entsprechendes Verhalten beim Ein- und Auschecken oder Servieren. Voraussetzung dazu ist unter anderem eine Integration in Lehrpläne oder In-House Trainings der (größeren) Betriebe.

Der Nachholbedarf ist enorm. Auch wenn seit 2016 in Österreich alle Gebäude, in denen Waren und Dienstleistungen angeboten werden, barrierefrei zugänglich sein müssen (Republik Österreich, 2005), ist das in der touristischen Realität oft nur der Restaurantbereich und eventuell einzelne Zimmer, die rollstuhltauglich gemacht wurden. Bis zu den Menükarten in Braille, visuellen Feuersalarm in allen Zimmern und dem im Umgang mit kognitiv beeinträchtigten Menschen geschulten Rezeptionspersonal ist es noch ein weiter Weg.

5 Aktuelle Lösungsansätze und Politiken – eine kritische Betrachtung

Ist es denkbar, dass Tourismus all diesen ökologischen und sozialen Ansprüchen gerecht wird und dennoch – oder gerade deshalb – auch wirtschaftlich erfolgreich ist? Die immer wieder geäußerte Ansicht, dass Nachhaltigkeit nur durch hohe Preise möglich sei oder völlig konträr, dass Nachhaltigkeit nur etwas für die billigen, ländlichen Tourismusregionen sei, sind beide falsch. Erfolgreiche nachhaltige Tou-

rismusregionen und -angebote finden sich in allen Preisklassen, überall auf der Welt und sind für viele unterschiedliche Aktivitäten und Urlaubsformen möglich.

Wir haben viele bunte Best Practise Broschüren und viele gute Beispiele. Die Bandbreite erfolgreicher Beispiele in den Alpen reicht von nachhaltigen Unterkünften wie dem Urlaub am Bauernhof oder der Stiftung Salecina am Malojapass, der Initiative Albergo Diffuso im Friaul über Bergdestinationen wie dem Bregenzer Wald oder dem Allgäu. Dazu kommen natürlich Urlaube in den Nationalpark- und Schutzgebietsregionen wie dem Biosphärenpark Großes Walsertal in Österreich oder dem Entlebuch in der Schweiz und die Mobilitätsvorzeigeregionen der ‚Alpine Pearls‘. Alle diese Regionen bieten Unverwechselbares und überall trägt der Tourismus erfolgreich zum Lebensstandard der lokalen Bevölkerung bei.

Aber es zeigt sich wenig strategische Umsetzung in der Fläche. Um von den guten Einzelbeispielen hin zu einem Tourismus zu kommen, der insgesamt nachhaltiger wird, braucht es an erster Stelle ehrliche Strategien. Die meisten regionalen oder nationalen Tourismusstrategien beziehen sich heute auf ein mehr oder weniger allgemeines Ziel der Nachhaltigkeit. Zum Beispiel sagt der österreichische ‚Plan T – Masterplan für Tourismus‘ aus dem Jahr 2019 auf der ersten Seite, dass Österreich zur nachhaltigsten Destination der Welt werden will (Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus, 2019). Die meisten dieser Strategien werden aber nicht ausreichend konkret. Sie nennen keine Prioritäten und Zuständigkeiten, geschweige denn stellen sie finanzielle Mittel zur Verbesserung der Nachhaltigkeit zur Verfügung – über einige Leuchtturmprojekte hinaus.

Vielerorts scheitert die Nachhaltigkeit auch schlicht am Mangel an Kreativität. Wenn etwa im Wintertourismus trotz Klimawandel an den Konzepten aus den 1970er Jahren festgehalten wird – jede Region die ein paar Berge hat, egal wie hoch sie liegt, setzt auf alpinen Wintersport – anstatt die regionalen Besonderheiten, kulturell wie kulinarisch und historisch zu unverwechselbaren und klimawandelunabhängigen touristischen Produkte zu machen.

Nachhaltige Entwicklung benötigt Politik, die an Nachhaltigkeit interessiert ist und entsprechende Rahmenbedingungen und Steuerungsinstrumente schafft. Vergleichsweise einfach umzusetzen scheinen bessere, mehr an Nachhaltigkeit ausgerichtete, Erfolgsindikatoren für den Tourismus, jenseits der üblichen Nächtigungs-zahlen. Schwieriger wird es, wenn es um finanzielle Steuerungsinstrumente geht. Die unterschiedlichsten Förderprogramme wie auch die Vergabe öffentlicher Gelder sollten einen ehrlichen Nachhaltigkeitscheck integrieren – und dann nur noch Projekte hin zu mehr Nachhaltigkeit fördern.

Keine neue Forderung, aber mehr als notwendig ist der Wunsch nach einer CO₂-Steuer wie einer Besteuerung des staatlich quasi-subventionierten Kerosins. Fliegen muss teurer werden – aus Klimaschutz- wie aus Kostenwahrheitsgründen. In der jetzigen Situation konkurrieren ferntouristische Destinationen, die zudem billige Arbeitskräfte beschäftigen, mit den näher gelegenen Destinationen auf eine kosten- und preisverzerrende Weise.

An mehr Nachhaltigkeit im Tourismus führt kein Weg vorbei – oder es wird in Zukunft den Tourismus wie wir ihn kennen, nicht mehr geben. Nachhaltigkeit benötigt gemeinsame Anstrengungen und einschneidende Änderungen, nicht nur kleine Korrekturmaßnahmen aller Beteiligten – dazu brauchen wir auch neue Governancemodelle und Entscheidungsfindung mit mehr Partizipation.

Literaturverzeichnis

Aloys, Günther. (o.D.): <http://workshopischgl.com/de/news.shtml>

Amstädter, Rainer (1996): Der Alpinismus – Kultur, Organisation, Politik, Wien.

APAT – Bosello, F., Marazzi, L., Nunes, A.L.D.P. (2007): Le Alpi italiane e il cambiamento climatico: Elementi di vulnerabilità ambientale ed economica e possibili strategie di adattamento. Centro Euro Mediterraneo per i Cambiamenti Climatici (CMCC) and Agenzia per la Protezione dell'ambiente e per i Servizi Tecnici.

BAKBASEL (2011): Benchmarking du tourisme – Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale. Rapport de synthèse du « Programme de benchmark-ing international du tourisme suisse: mise à jour 2010-2011 ». Bern: Secrétariat d'Etat à l'économie SECO.

Bätzing, Werner (2003). Die Alpen – Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft. 2. Aufl. (1. Aufl. 1991). München.

Bätzing, Werner (2017): E-mail an den Autor.

Baumgartner, Christian (2019): Nachhaltiger Tourismus - der Versuch ein komplexes Thema kurz zu fassen. In. Natur&Land, 105.Jahrgang, Heft 3-2019

Baumgartner, Christian; Gertschen, Alexander (2020): Tourismus muss nachhaltiger werden, In: Südostschweiz, 15.4.2020

Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (2019): Plan T – Masterplan für Tourismus

Dosch, Stefanie (2020): Food Waste in the Hotel Kitchen Case Study: aja City-Resort Zurich, Masterarbeit an der Fachhochschule Graubünden

Futouris (2016): Sustainable Food. Manual

Gössling, Stefan & Peeters, Paul (2015) Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050, *Journal of Sustainable Tourism*, 23:5,639-659, DOI: 10.1080/09669582.2015.1008500

Hotelleriesuisse (Hrg.) (2018): Barrierefreiheit n der Hotellerie. Ein Leitfaden für die Hotellerie und Gastronomie

Kramer, Dieter (1983): Der Sanfte Tourismus, Umwelt- und sozialverträglicher Tourismus in den Alpen, Wien.

Lichtenberger Elisabeth (1997). Österreich – Geographie, Geschichte, Wirtschaft, Politik. Darmstadt.

Meyer-Cech, K., Stuppäck, S. (2007): Geschichte des Tourismus in Österreich im 19.-21. Jahrhundert. In: Vydává Vysoká škola abchodní v. Praze (Hrsg.), *Tourism yesterday and today - Haupttrichtungen der Entwicklung des Reisens und des Tourismus in der Tschechischen Republik und in Mitteleuropa im 19.-21. Jahrhundert*, 200-218; Eigenverlag der Hochschule, Prag; ISBN 12146501

NZZ, Neue Zürcher Zeitung (2019): Interview: Tourismusexperte Christian Laesser: ‚Mittlerweile gibt es auch in der Schweiz Orte, wo die Grenze zum Overtourism erreicht ist‘. 17.5.2019

OECD (2007): *Climate change in the European Alps – Adapting Winter Tourism and Natural Hazard Management*. Paris: OECD Publishing.

Pils, Manfred (1994): „Berg frei“ - 100 Jahre Naturfreunde, Wien

Price, M., Borowski, D., Macleod, C., Rudaz, G., Debarbieux, B. (2011): *ALPS – Rio+20 Report. Sustainable Mountain Development in the Alps. From Rio 1992 to Rio 2012 and beyond*. Bern: Swiss Federal Office for Spatial Development.

Republik Österreich (2005): Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz. Auf: <https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgbl/I/2005/82>

Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention (2007): *Nachhaltiger Tourismus in den Alpen*, 4. Alpenzustandsbericht, Innsbruck

Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention (2014): Verkehr und Mobilität in den Alpen, 1. Alpenzustandsbericht, Innsbruck

Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention (2015): Demographischer Wandel in den Alpen. 5. Alpenzustandsbericht, Innsbruck

UNCTAD (2010): The Contribution of Tourism to Trade and Development. Download: <http://t20.UNWTO.org/sites/all/files/docpdf/tourism-note-trade-commission-05-2010.pdf>

UNWTO (2017): 2016 Annual Report World Tourism Organisation. Madrid; Download: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf

UNWTO (2019): Tourism Highlights, 2019 Edition. Madrid.

Voll, Frieder (2012): Die Bedeutung des Faktors „Erreichbarkeit“ für den Alpenraum; Erlangen

World Travel Monitor (2018): Tourismus wächst weiterhin rasant. Auf: <https://www.tma-online.at/news/11931/world-travel-monitor-terrorangst-nimmt-wieder-ab/>

WTTC (2012): Benchmarking Travel & Tourism's economic impact against other sectors. Executive Summary. London. Download: www.WTTC.org/site_media/uploads/downloads/WTTC_Sector_Summary_v6_1.pdf

WWF – World Wide Found (2006): Alpi e turismo, trovare il punto di equilibrio. Milano: WWF Italia. URL: www.wwf.it/UserFiles/File/WWF%20Turismo/Dossier/Alpi_e_turismo.pdf (abgerufen am 13. Februar 2012).

